

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Era globalisasi telah menuntut adanya perubahan dalam segala bidang, salah satunya adalah bidang komunikasi pemasaran. Semakin tingginya tingkat persaingan di bisnis lokal maupun global dan kondisi ketidakpastian memaksa perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif (*competitive advantage*) agar mampu memenangkan persaingan di bisnis global.

Dewasa ini persaingan bisnis perhotelan untuk memperebutkan pelanggan tidak lagi terbatas pada atribut fungsional jasa, melainkan sudah dikaitkan dengan fasilitas yang mampu memberikan citra khusus bagi pelanggannya. Pada tingkat persaingan yang makin kuat, fasilitas memberikan kontribusi menciptakan dan menjaga daya saing sebuah jasa.

Salah satu hotel yang terlibat dalam persaingan bisnis adalah Hotel Santika. Hotel Santika terletak di Jl. Raya Jati No. 45, Sawah Lebar, Bengkulu, berada di lokasi yang strategis yaitu pusat Kota Bengkulu. Hotel Santika Bengkulu telah dibuka untuk umum sejak 15 Desember 2011 dan merupakan unit perusahaan dari Kompas Group yang juga mempunyai beberapa unit bisnis lainnya.

Hotel santika Bengkulu memiliki jumlah kamar 82 *room*, 10 *Deluxe room*, 2 *Junior Suite*, 3 *Executive*, 1 *Executive suite*, 1 restoran kapasitas 120 *pax*, *Room service*, serta beberapa *meeting room*. Bangunan hotel Santika Bengkulu bisa dilihat pada gambar 1.1.



(Sumber : indonesiawisataindah.blogspot.com ,15/10/2015 17:44)

Gambar 1.1
Hotel Santika Bengkulu

Berdasarkan wawancara awal peneliti dengan General Manager Hotel Santika ,pada akhir tahun 2014 biasanya hotel ini mencapai target hotel yaitu 81% dengan jumlah penghuni yang menginap sebanyak 77 kamar dari 82 kamar setiap harinya dan penggunaan *function room* yang digunakan untuk pelatihan serta *event* setiap harinya. (General Manager Hotel Santika Bengkulu, Gusti Cayaningrat).

Namun beberapa bulan terakhir penghuni hotel ini menjadi berkurang. Pihak hotel mengalami penurunan *revenue* hampir sebanyak 50 % dari biasanya. Dimana dari kamar yang berjumlah 82 room hanya mencapai 35-40 kamar yang terisi penuh setiap harinya, begitu juga dengan fasilitas *room* lainnya yang disediakan. Berikut daftar penghuni Hotel Santika Bengkulu dari Oktober 2014 –Juni 2015 bisa dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Jumlah Penghuni Hotel Santika Bengkulu

Bulan dan Tahun	Jumlah Kamar Terjual	Tingkat Occupancy Kamar (%)
Oktober 2014	3518	81.4 %
November 2014	3449	79.8%
Desember 2014	3130	72.4%
Januari 2015	2286	52.9%

Februari 2015	2394	55.3%
Maret 2015	1540	32.6%
April 2015	2390	55.3%
Mei 2015	1095	25.3%
Juni 2015	1376	31.8%

Sumber : *General Manager Hotel Santika Bengkulu (2015)*

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa terjadi penurunan *occupancy* kamar pada bulan-bulan terakhir. Pada bulan April 2015 jumlah tamu hotel sempat mengalami kenaikan namun kembali mengalami penurunan pada bulan berikutnya.

Penurunan ini disebabkan oleh persaingan dengan hotel lain yang mulai berdiri di Bengkulu. Keadaan ini ditambah dengan hotel pesaing lama yang memperbaharui bangunan hotelnya dengan menciptakan konsep hotel seperti bintang 3 tetapi dengan harga yang terjangkau. Salah satu hotel yang menjadi pesaing bagi Hotel Santika Bengkulu adalah Hotel Splash yang bisa dilihat pada gambar 1.2.



(Sumber : kupasbengkulu.com ,15/10/2015 17:44)

Gambar 1.2
Hotel Splash Bengkulu

Berdasarkan hasil wawancara awal peneliti dengan *General Manager* Hotel Santika Bengkulu mengatakan akibat penurunan penghuni hotel tersebut, pihak Hotel Santika Bengkulu,

Gusty Cayaningrat, melakukan berbagai cara dalam menyikapi penurunan jumlah penghuni untuk meningkatkan kembali *revenue* seperti biasanya. Berbagai kegiatan promosi dilakukan oleh Hotel Santika Bengkulu yang bertujuan untuk meningkatkan jumlah pelanggan yang ingin menggunakan jasa pelayanan dari Hotel Santika Bengkulu.

Pihak manajemen hotel giat dalam menjalankan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Strategi yang telah dilakukan oleh pihak hotel adalah dengan cara menggiatkan promosi di media cetak serta media elektronik, membuat promo khusus terkait produk dan jasa yang ditawarkan pihak hotel untuk menarik pelanggan, meningkatkan pelayanan dengan cara melakukan *sales call* (penawaran produk dan jasa dari kantor ke kantor) terhadap pelanggan sehingga terjadi hubungan yang harmonis dan komunikasi timbal balik antara keinginan pelanggan dengan pelayanan hotel.

Selain itu pihak hotel meminta kritik dan saran dalam bentuk kuisioner kepada pelanggan yang menggunakan jasa hotel, merenovasi fasilitas-fasilitas hotel demi kenyamanan pelanggan, serta mengadakan *in house training*. *In House Training* adalah sebuah program pelatihan yang diselenggarakan oleh sebuah perusahaan dengan menggunakan tempat *training*, peralatan *training*, menentukan peserta, dan juga dengan mendatangkan *trainer* sendiri untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia (SDM).

Usaha untuk mempromosikan suatu program dalam suatu perusahaan tentu memerlukan praktisi *public relations*. *Public relations* memang tidak dapat dipisahkan dalam suatu kegiatan pemasaran, sehingga memunculkan istilah *Marketing Public Relations* (MPR).

MPR adalah salah satu bauran dalam *marketing mix* yang mempunyai peranan penting dalam fungsi pemasaran, pendekatan dari MPR berorientasi pada minat, harapan, dan aspirasi,

dan kepedulian konsumen untuk kemudian mengkaitkan kesan yang terjadi pada perusahaan.
(Ali Fahmi, 1994:89).

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul **“Strategi *Marketing Public Relations (MPR)* Hotel Santika Bengkulu dalam Meningkatkan Jumlah Penghuni”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dibuat rumusan masalah yaitu bagaimana strategi MPR Hotel Santika Bengkulu dalam meningkatkan jumlah penghuni?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka dapat dibuat tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Untuk mendeskripsikan strategi MPR yang digunakan oleh Hotel Santika Bengkulu untuk meningkatkan jumlah penghuni.
2. Untuk mengetahui bentuk hambatan komunikasi dalam melakukan strategi MPR untuk meningkatkan jumlah penghuni.

1.4 Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang diharapkan dari terlaksananya penelitian ini adalah:

1. Manfaat teoritis
 - a. Hasil penelitian diharapkan menjadi bahan rujukan bagi peneliti lain yang berminat pada kajian MPR dengan permasalahan yang berbeda.
 - b. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi upaya perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya Ilmu Komunikasi dan studi MPR.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Hotel dalam mempromosikan hotel guna meningkatkan jumlah penghuni.

